nautes prêts à financer l'édition. Les auteurs ne peuvent avoir déjà été édités. Les bénéfices se répartissent entre l'auteur, Bookly, ses partenaires et les internautes supporters. Première étape : rassembler 3.500 euros pour une édition numérique (format epub) et la diffusion sur les grandes plateformes de vente (Amazon, Fnac,…). En cas de succès, deuxième campagne, objectif de 10.000 euros pour une édition imprimée et diffusée en librairie grâce à Prisma.

Editions Méhari

Méhari sélectionne les manuscrits et met en ligne certains textes. Les internautes investissent au minimum 10 euros et reçoivent un exemplaire en bonus ou davantage en fonction de leur contribution. La version papier est diffusée en France, Belgique et Suisse. Les « Méharistes » touchent aussi 80% des revenus générés par les ventes en librairie et en numérique et 25% pour les ventes lors d'événements (salons, foires du livre,…).

Pubslush

Plateforme anglo-saxonne dont le but n'est pas l'édition, mais du crowdfunding en faveur de « l'industrie du livre ». Objectif : permettre aux auteurs de percer en donnant aux maisons d'édition des budgets pour imposer la marque (*branding*) et pour mener des actions de marketing. Fonctionnement très opaque…

Numalire

Expérience de réédition par souscription de livres rares, difficiles à trouver en bibliothèque et très chers en seconde main. Format numérique et/ou pdf. Projet en suspens afin d'en tirer un bilan.

Sandawe

Sandawe ou le crowdfunding pur et dur. C'est la petite success story qui se développe depuis 2010 alors que la vie des plateformes de crowdfunding culturel au pays de la BD (la Belgique) y est chaotique… et souvent de courte durée. Créée en 2010, avec 30.000 euros, Sandawe (à prononcer comme Zimbabwe), est une maison d'édition de bande dessinée « à compte de lecteurs » qui a rassemblé une communauté de quelque 11.000 passionnés et fins connaisseurs pour publier jusqu'à présent une vingtaine d'albums. Le néophyte se perd parfois un chouïa parmi les genres et les auteurs.

C'est au moment où le chanteur Grégoire perce grâce à MyMajorCompany que Patrick Pinchart, manifestement tombé dans la marmite de la BD quand il était petit, une trentaine d'années d'expérience dans ce monde de phylactères, notamment à différents postes chez Dupuis, songe à appliquer le modèle à l'édition de BD. En pratique, les auteurs proposent leur projet à Sandawe (pitch, script, planches,…) et, s'ils sont retenus, les voici mis en ligne. Les « édinautes », qui bénéficieront d'une partie des bénéfices si l'album est édité, peuvent financer le projet à partir de 10 euros. Défi, car la publication d'un album s'inscrit dans une fourchette de 30 à 50.000 euros.

Réponse à la crise de la bande dessinée ? Le rapport Ratier, qui fait autorité dans l'analyse du marché de la BD, constatait encore une minime progression des ventes jusqu'à septembre 2012. Si le marché régresse aujourd'hui, ce n'est pas principalement dû à la « surproduction » de titres qu'on évoque généralement. En France, les super et hypermarchés, énormes diffuseurs d'albums, se voient délaissés par les consommateurs au profit des commerces plus proches, comme les supérettes de centre ville. Les hypermarchés ont donc réduit le rayon BD pour ne garder que les valeurs sûres, du genre Tintin ou Astérix. Du coup, les albums moins vendeurs (entre 50.000 et 100.000 exemplaires, quand même) sont refoulés vers les librairies, où ils écrasent les auteurs en devenir.

Mis à part le modèle de financement, Sandawe fonctionne comme une maison d'édition traditionnelle, où les auteurs touchent 10% de droits – le solde se partageant entre l'éditeur, le diffuseur, le distributeur, le libraire et les édinautes. « La différence, c'est l'animation d'une communauté, souligne Patrick Pinchart, et le contact entre le lecteur et l'auteur. Nous sommes aussi les seuls dans le domaine à rémunérer les édinautes ».

Ces derniers peuvent dialoguer avec l'auteur ou faire part de leurs commentaires – « pas toujours gentils ». Le site joue à fond la carte de l'interactivité, en multipliant sa présence sur les réseaux sociaux - Facebook, Twitter, Pinterest,…- et propose de l'actu, des concours (pour trouver le slogan de lancement d'un album, par exemple) et la possibilité de télécharger gratuitement des ouvrages en bonus, etc. « Les autres sites de pur crowdfunding ne font que collecter l'argent, sans investissement en temps ou en compétences », résume Patrick Pinchart.

Le mécanisme implique étroitement les auteurs qui doivent alimenter leur public de manière inédite et originale pendant la durée de la

collecte, qui dure des mois, compte tenu des montants à rassembler « contrairement à KissKissBankBank où les sommes recherchées sont faibles et les délais, courts »… Les passionnés de BD sont parfois des collectionneurs à la recherche de tirés à part de planches, voire des originaux.

A la parution de l'ouvrage, les édinautes se voient confier des tâches comme partager la bonne nouvelle sur les réseaux sociaux, mais pas que cela. Ils en parlent autour d'eux et distribuent des flyers dans un salon de la BD pour augmenter la visibilité de l'album. Car la carrière d'une BD en librairie est de plus en plus courte : quelques semaines… ou quelques jours. « Par rapport à un éditeur classique, nous sommes un plus pour un jeune auteur. »

Pour les plus mûrs aussi, un peu rebelles à l'évolution des grandes maisons. Ont ainsi rejoint l'écurie: Raoul Cauvin, l'un des plus grands auteurs tout public (Les Tuniques bleues, Cédric, Pierre Tombal, les Psy,…) ou Tome (Le Petit Spirou) et encore Zidrou (L'élève Ducobu). Sandawe a édité par exemple « Le bâtard des étoiles » de Cauvin et « Maître Corbaque » pour Zidrou.

Vendent-ils davantage ou moins qu'auparavant chez Sandawe ? « Les chiffres sont un tabou dans l'édition. Ceux qui sont diffusés sont rarement fiables, ils sont gonflés, par exemple en indiquant le tirage et non les ventes ou les mises en place. Mais Cauvin est surnommé, depuis des années, « L'homme aux cinquante millions d'albums », chiffre certainement dépassé depuis. Ses séries comme « Les Tuniques bleues » ou « Cédric » se vendent à plus de 100.000 exemplaires, de même que Tome, scénariste du « Petit Spirou » (250.000 exemplaires annoncés), best-seller de Dupuis, juste derrière Largo Winch. »

Les auteurs les plus connus de Sandawe ne sont donc pas arrivés là pour vendre plus. « Une série met des années avant de s'installer et, au départ, les chiffres sont généralement bas. C'est le boulot de l'éditeur de résister à la pression des commerciaux lorsque la rentabilité n'est pas encore atteinte et de maintenir la série en espérant qu'elle va croître. Ce qui est de plus en plus difficile car ce sont désormais les commerciaux qui dirigent les maisons d'édition classiques et les éditeurs n'ont plus grand-chose à dire. »

Quel a été le déclic pour ces aînés de la BD ? « Ils ont rejoint Sandawe, soit parce que leur série n'intéressait pas leur éditeur "historique" (pour Cauvin), soit par esprit de contestation (pour Tome) contre le rapport

de force "pot de fer/pot de terre" qui s'est désormais installé entre l'éditeur et l'auteur, qui se sent de moins en moins respecté. Il n'y a plus, depuis des décennies, ce paternalisme qui empêchait un auteur de quitter «son» éditeur. »

Sandawe accueille aussi des projets libres, que la maison ne compte pas éditer, mais qui se financent grâce au site, moyennant une commission de 10% pour Sandawe. Elle vient d'élargir cette catégorie à de nouveaux genres liés à la bande dessinée : sérigraphies, médias, essais, fresques murales, recueil de photographies d'auteurs de BD, etc.

Prochaine étape : le développement des modes de commercialisation comme la création d'une boutique en ligne et les cartes prépayées (iTunes,…). « Nous allons avoir cinq ans. C'est une durée de vie exceptionnelle sur le web. Il faut bouger tout le temps, être créatif. »

L'avenir du crowdfunding ? « C'est un sujet à la mode… Un moyen qui donne aux créateurs l'opportunité de reprendre leur sort en mains dans un environnement qui s'est considérablement dégradé en quelques années. Les auteurs sont obligés de signer des cessions de droits de propriété intellectuelle pour leur vie entière plus deux ou trois générations contre des avances financières de plus en plus misérables. Par le crowdfunding, ils peuvent, grâce à leurs lecteurs, conserver leurs droits et faire vivre leurs projets. Il reste à organiser leur diffusion et leur commercialisation en-dehors des circuits actuels, mais des solutions se préparent. »

Patrick Pinchart voit la situation actuelle du crowdfunding comme « une période transitoire », qui verra apparaître de nouvelles formes de financement participatif comme la collaboration avec les pouvoirs publics (dans son domaine, pour le financement de fresques BD dans les rues). « On verra aussi apparaître des spécialistes du crowdfunding qui offriront leurs conseils pour mener une campagne. » Quand l'objectif, bien sûr, dépassera largement 3.000 ou 4.000 euros.

Sandawe vient de doubler ses effectifs : l'équipe compte désormais… quatre personnes. Un petit miracle qui en rappelle un autre, tout au début. Sandawe a été lancée le 10 janvier 2010. Epuisé par trois mois de préparation et une semaine de promotion, le 18 janvier, Patrick Pinchart va grimper un mur d'escalade, parvient au sommet (18 mètres) et saute de joie… sans se rendre compte qu'il était mal arrimé. Chute. Cassé, l'aorte en train de se déchirer sous le choc, il fait un infarctus. Un médecin escaladeur le sauve par un massage cardiaque. Patrick Pinchart a donc créé Sandawe depuis un lit d'hôpital jusqu'aux fêtes de Noël…